

**Strategi Manajemen Krisis *Public Relations* PT KAI dalam Meningkatkan  
Kepercayaan Publik  
(Analisis Konten Akun Instagram @kai121\_ dalam Kasus Pelecehan Seksual di  
KA Argo Lawu)  
Rizki Ananda Yamrohim**

**220710173**

**ABSTRAK**

Peristiwa krisis merupakan realitas tak terhindarkan bagi perusahaan yang dapat bersumber dari faktor eksternal/internal dan berdampak langsung pada pelanggan, seperti insiden pelecehan seksual yang menimpa penumpang KA Argo Lawu pada Juni 2022. Kejadian ini menimbulkan keraguan besar publik terhadap PT Kereta Api Indonesia (KAI) mengenai jaminan keselamatan layanan. Untuk meneliti respons perusahaan ini, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik utama Analisis Konten (*Content Analysis*). Penggunaan analisis konten kualitatif yang dilakukan secara sistematis melalui identifikasi data pesan, evaluasi kesesuaian strategis dan penilaian dampak respons perusahaan memberikan keleluasaan dalam mengumpulkan dan menafsirkan materi komunikasi krisis yang dipublikasikan melalui akun media sosial resmi PT KAI, yakni Instagram @kai121\_. Dengan analisis konten dan kerangka *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), penelitian ini bertujuan mengupas tuntas strategi manajemen krisis yang digunakan PT KAI dalam menghadapi krisis demi memulihkan loyalitas dan kepercayaan publik. Dari hasil analisis konten menunjukkan identifikasi bahwa konten strategi manajemen krisis PT KAI didominasi oleh taktik *Rebuild* yang diperkuat *Bolstering*. Evaluasi membuktikan pemilihan *Rebuild* dan *Bolstering* sangat tepat karena krisis pelecehan seksual diklasifikasikan sebagai Klaster yang Dapat Dicegah (*Preventable Cluster*) dengan atribusi tanggung jawab tertinggi. Penilaian menunjukkan bahwa respons restoratif penuh dan menghindari taktik *Deny* dan *Diminish* adalah langkah efektif dalam memulihkan kepercayaan publik dan memperkuat citra PT KAI sebagai perusahaan yang bertanggung jawab. Kesimpulan yang diperoleh adalah strategi komunikasi yang memadukan respons empatik dengan tindakan perbaikan yang tegas berhasil mengendalikan kerusakan reputasi, sekaligus menegaskan komitmen PT KAI sebagai penyedia layanan transportasi yang bertanggung jawab dan aman.

**Kata kunci: Manajemen Krisis, PT KAI, Analisis Konten, Teori SCCT**

***PT KAI Public Relations Crisis Management Strategy in Increasing Public Trust  
(Analysis of Instagram Account Content @kai121\_ in Sexual Harassment Case in  
KA Argo Lawu)***

**Rizki Ananda Yamrohimi**

**220710173**

***ABSTRACT***

*Crisis events are an inevitable reality for companies that can be sourced from external/internal factors and have a direct impact on customers, such as the sexual harassment incident that befell Argo Lawu train passengers in June 2022. This incident raised great public doubts towards PT Kereta Api Indonesia (KAI) regarding the service safety guarantee. To research this company's response, this research uses a descriptive qualitative approach by using the main technique of Content Analysis (Content Analysis). The use of qualitative content analysis carried out systematically through message data identification, strategic appropriateness evaluation and impact assessment of the company's response provides flexibility in collecting and interpreting crisis communication materials published through PT KAI's official social media account, namely Instagram @kai121\_. With content analysis and the framework of Situational Crisis Communication Theory (SCCT), this research aims to thoroughly explore the crisis management strategy used by PT KAI in dealing with crises in order to restore public loyalty and trust. The assessment shows that a full restorative response and avoiding Deny and Diminish tactics are effective steps in restoring public trust and strengthening PT KAI's image as a responsible company. The conclusion obtained is a communication strategy that combines an empathetic response with firm corrective action that successfully controls reputational damage, as well as affirms PT KAI's commitment as a responsible and safe transportation service provider.*

***Keywords: Crisis Management, PT KAI, Content Analysis, SCCT Theory***